

DAFTAR PUSTAKA

- Bariocha Benaya Brendana Putra, Eka Sulistyawati, 2014, Peran Kepercayaan Merek dalam Memediasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Produk Telepon Pintar Merek Apple di Kota Denpasar, ***Jurnal Manajemen, dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali Indonesia***.
- Evans dan Berman, 2005, ***Principles of Marketing***, (3rd), Prentice Hall, New Jersey.
- Hasan, Ali, 2009, ***Marketing***, Edisi Baru, Med.Press, Yogyakarta.
- Imam Ghozali, 2012, ***Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS***. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- J. Supranto , 2010, ***Statistik Teori dan Aplikasi***. Edisi ke-6. Erlangga, Jakarta.
- Januar, T. Oeyono dan Diah Dharmayanti, 2013, Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Intervebing Variabel di Tator Café Surabaya Town Square, ***Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 1, No2***.
- Kotler dan Keller, 2009, ***Manajemen Pemasaran***, Diterjemahkan oleh Bob Sabran, Edisi Ketigabelas, Jilid 1, Erlangga.
- Kotler, 2007, ***Marketing Management***, Pearson Prentice Hall, New York.
- Lia Wita Kumala, Zainul Arifin, Sunarti, 2008, Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Warga Jl. Jenderal Basuki Rachmad RW 02, Kelurahan Kauman Kecamatan Klojen Kota Malang), ***Jurnal Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang***.
- Mano dan Oliver, Westbrook dan Oliver, 2008, Reducing heat transfer across the insulated walls of refrigerated truck trailers by the application of phase change materials, ***Journal Energy Conversion and Management, The University of Kansas, Lawrence, KS, USA***.
- Oddy Adam Noegroho, Suharyono, Srikandi Kumadji, 2013, Pengaruh *Experiential Marketing dan Brand Trust* terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang), ***Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol 6, No. 2 Desember***.
- Schmitt, 2009, ***Lehr-und Ybungsbuch der deutschen Grammatik***, Muchen: Max-Heuber.

- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Cetakan ke-8, Bandung, Alfabeta.
- Surianto dan Aisyah, 2009, Pengaruh Penerapan *Experiential Marketing Strategic* terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Logos*, Vol. 6, No. 2, 129-150.
- Tjiptono, 2004, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publising, Malang.
- Vinsensius Ronald Tetanoe dan Diah Dharmayanti, 2014, Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol 2, No. 1 (2014)1-12*.
- William J. Stanton, 2000, *Prinsip Pemasaran Edisi ketujuh*, Erlangga, Jakarta.

